



Moderniser son image, c'est possible ! Mode d'emploi avec le Groupe Lempereur & Associés !

C'est au Congrès de l'Ordre à Dijon, les 2,3 et 4 octobre derniers que nous avons rencontré Benoît BOBIS, Directeur Général et Associé du Groupe Lempereur & Associés, membre actif de la CEG. À cette occasion, nous en avons profité pour l'interviewer sur la nouvelle stratégie de communication de son Groupe. Retour sur ces échanges...

Communauté des Experts en Gestion : Monsieur BOBIS, pouvez-vous nous présenter le Groupe Lempereur & Associés ?

Benoît BOBIS : « C'est le Cabinet Lempereur, créé dans les années 70, qui est à l'origine du Groupe. Aujourd'hui, nous possédons 3 cabinets représentant 50 Experts-comptables et collaborateurs répartis sur 7 sites. Nous sommes présents dans 3 départements. Nous réalisons un chiffre d'affaires de 3,5 M€. Le Groupe Lempereur & Associés est animé par 3 convictions fortes qui sont : l'indépendance, la qualité et la proximité.

Nous avons pour objectif de nous développer tout en respectant les 3 valeurs que je viens de vous citer. Nous n'avons pas la velléité de devenir le plus grand cabinet de la région. Nous voulons simplement atteindre une taille de cabinet leader, incontournable sur une zone géographique précise : la Dordogne, la Corrèze, le Lot et éventuellement la Haute-Vienne.

Nous pensons que l'un des moyens pour atteindre cet objectif est d'avoir une communication dynamique, moderne et à notre image. C'est pourquoi, pendant un an, nous nous sommes attachés à la refonte de celle-ci. »

C.E.G. : Comment est née l'idée de cette nouvelle communication ?

B.B. : « Nous sommes partis d'un constat simple. Comme je vous l'expliquais précédemment : à l'origine du Groupe Lempereur & Associés, il y avait uniquement le Cabinet Lempereur. Quand nous sommes arrivés, avec mon associée Cécile COUDERC, ce cabinet avait une image vieillissante. Tout le travail pour nous a été de fédérer nos autres cabinets sous l'enseigne Groupe Lempereur & Associés et de véhiculer une image qui soit beaucoup plus en conformité avec la réalité, c'est à dire : plus moderne, plus dynamique, plus investie et plus proche de ses clients.

Je pense que l'élément déclencheur s'est produit au cours du Congrès de l'Ordre de l'année dernière à Paris. La thématique était la suivante : « L'Expert-Comptable entrepreneur : une marque, une offre ». A partir de ce moment là, nous nous sommes donnés les moyens d'avancer. Nous avons même recruté une chargée de communication qui a fait un excellent travail sur les outils marketing mis à disposition par la CEG. »

C.E.G. : Pouvez-vous nous expliquer comment vous avez procédé pour définir votre nouvelle stratégie ?

B.B. : « Cela a vraiment été un travail de fond. Nous avons tout repris depuis le début et tout refait. Notre priorité a été dans un premier temps, de hiérarchiser les informations et les messages que nous voulions faire passer.

Pour cela, il nous a paru évident d'interroger nos clients pour connaître leurs besoins et attentes. Nous les avons tous interrogés dès le mois d'octobre 2012 par le biais d'un questionnaire de satisfaction. Nous avons eu un taux de retour de 50 %. Ce qui est énorme.

Ce questionnaire était orienté selon 3 axes :

1. Qui sont nos clients ?
2. Que savent-ils de nous ?
3. Qu'attendent-ils de nous ?

Le premier élément qui est ressorti est très positif puisqu'il s'agit de la satisfaction de nos clients (98 %). C'est exceptionnel quand on sait que le taux de satisfaction moyen des clients envers leur Expert-comptable est de 90 %. Nous sommes donc 8 points au dessus.

Ensuite, le deuxième élément qui est apparu dans les réponses de nos clients est le manque de communication. Ils ne savent pas vraiment quel est notre rôle, ce que l'on fait et ce que l'on ne fait pas... Nous avons également ressenti chez eux aussi une certaine vision de travail à l'ancienne de notre part. Ils sont très satisfaits mais cela manque de modernité.

Tout ce travail de réflexion sur le contenu et le fond de notre communication a été fait en interne. Nous avons fait énormément de travaux de groupe, par exemple, lors des journées annuelles du cabinet, nous avons interrogé les collaborateurs sur ce sujet. Nous avons mis de côté précieusement leurs idées. Nous nous sommes aussi inspirés de l'Ordre, du CJEC, de RCA et de la CEG. Nous avons papillonné un peu partout et nous avons fait notre propre synthèse. C'est de ce travail que sont ressorties nos 3 convictions (l'indépendance, la qualité et la proximité) pivots de notre communication et de notre stratégie.

Tout ce travail de fond était nécessaire pour pouvoir définir le contenu avant de le mettre en forme. »

C.E.G : Concrètement, comment a été matérialisée la nouvelle identité du Groupe Lempereur & Associés ?

B.B. : « Notre nouvelle communication s'appuie sur une identité visuelle simple finalement : il s'agit d'un fond blanc avec un logo qui est Lempereur et Associés avec dans le logo une dynamique extrêmement forte autour « L&A » qui est notre origine. Sa forme est un carré rouge aux angles arrondis un peu à la manière d'une application iPhone.

Nous avons délimité nos 3 métiers : conseil, expert-comptable et commissaire aux comptes. Chacun est identifié avec son propre code couleur :

- Le vert pour le conseil,
- Le rouge pour l'expert-comptable,
- Le gris pour le commissaire aux comptes. »

C.E.G. : Au niveau des supports, comment est-ce que cela se traduit ?

B.B. : « Nous avons repris les supports marketing mis à disposition par la CEG et nous les avons fait personnaliser. Aujourd'hui, nous disposons donc de 9 plaquettes « missions » et de 3 plaquettes « métiers » qui reprennent les codes couleurs définis. En plus de ces documents, de nombreux supports ont été réalisés (totems, voitures, stylos, clefs USB, etc...). Nous souhaitons que tous nos messages soient cohérents et logiques. Désormais, c'est le cas, tout est très clair. Tous ces supports contribuent à démontrer qu'un Expert-comptable n'est pas là que pour le bilan ou le compte de résultat. Pour nous, c'est fondamental. Nous sommes convaincus que le développement de notre Groupe passe par là.

Au niveau de notre site Internet, nous voulions qu'il soit utile pour nos clients et pas trop institutionnel. Nous voulions ce site à notre image et donc tourné vers notre client : simple et utile.

L'internaute peut entrer sur notre site Internet via 2 types d'accès :

1. Un accès classique avec les informations sur le Groupe, nos convictions...
2. Un accès selon son profil : créateur d'entreprise, chef d'entreprise-profession libérale, association et particulier (représentant les 4 grands segments que nous avons identifiés dans notre clientèle).

Pour l'anecdote, il faut préciser que 2 de nos cabinets possédaient un site internet depuis la fin des années 90. Ces sites n'avaient pas évolué... Notre travail a donc été de les uniformiser, de les moderniser et de faire évoluer le nom de domaine (de www.lempereur.experts-comptables.fr vers www.lempereur-associes.fr). Maintenant, il y a un nom de domaine commun entre le site Internet et les adresses mail de tous les collaborateurs.

Enfin, sur notre site Internet, nous avons mis en ligne les 2 vidéos mises à disposition par la CEG : Indicateurs Flash sur la page d'accueil et le Pack Création d'Entreprise dans l'onglet Créateur d'Entreprise. »

C.E.G. : Puisque vous nous parlez du Pack Création d'Entreprise, qu'en pensez-vous ?

B.B. : « Je l'ai testé et c'est vrai que l'immense avantage c'est qu'il s'agit d'une offre packagée et globale. A mon sens, cela permet de ne pas dévaloriser certaines

missions. Avant nous faisons comme tout le monde, nous disions aux créateurs que s'ils venaient chez nous, nous leur offrions le prévisionnel. Finalement, je trouve qu'en faisant cela, nous dévalorisons le prévisionnel et survalorisons le bilan. Ce qui est n'est pas logique je trouve. En effet, nous sommes des Experts-comptables, nous sommes capables de faire un prévisionnel qui tienne la route.

A ce sujet, ce qui est intéressant, j'ai remarqué que la Chambre de Commerce et d'Industrie de Dordogne proposait également une offre packagée pour les créateurs d'entreprise. Cela se fait beaucoup.

Mais, ce que je souhaite c'est aller encore plus loin et proposer 3 choix d'offres packagées en lien avec l'évolution du référentiel normatif, avec par exemple :

- Une formule initiale,
- Une formule confort,
- Une formule premium.

Ainsi, lorsque le client nous rencontre, il choisit la formule qui lui convient. Chacune comporterait des missions bien précises avec un tarif inhérent. Par exemple, la première formule pourrait être une mission de présentation avec le Bilan Imagé et les ratios sectoriels incluant un rendez-vous avec l'expert-comptable.

Il s'agit de la prochaine étape de développement de notre Groupe. »

C.E.G. : Combien de temps a-t-il fallu pour définir et déployer toute cette nouvelle communication ?

B.B. : « Après un an de réflexion et de travail sur la stratégie marketing, nous avons lancé cet été la nouvelle communication du Groupe Lempereur & Associés. Celle-ci a été officialisée le 25 juillet par une soirée de présentation auprès de nos clients (ceux qui avaient répondu à notre questionnaire de satisfaction).

Encore une fois, nous avons trouvé logique d'organiser ce lancement étant donné que ces mêmes clients nous avaient fait remonter que nous ne communiquions pas assez, que nous ne faisons pas assez de conseils, que nous n'étions pas assez dynamiques. Et bien, par le biais de cette soirée, nous voulions leur montrer que nous avons pris en compte leurs remarques. Nous leurs avons donc présenté notre nouvelle communication ainsi que l'ensemble de nos nouveaux supports. Cela a permis de communiquer sur le Groupe Lempereur & Associés et de démontrer que nous sommes dynamiques sur le territoire et surtout que celui-ci s'inscrit dans une stratégie réfléchie.

Nous sommes contents car cela été très bien accueilli par nos clients. Cela est très important à nos yeux car finalement nos clients ce sont nos meilleurs vecteurs de communication, ce sont nos ambassadeurs. »

C.E.G. : Nous avons lancé les Trophées CEG. Ce concours a pour objectif de mettre en lumière les meilleures pratiques des cabinets en matière de conseil en gestion, comptez-vous participer ?

B.B. : « Actuellement, nous participons au Concours organisé par la CCI de Dordogne sur le site Internet le plus innovant. Le Concours s'est terminé dimanche soir, nous sommes en attente des résultats. Nous aimons participer aux concours... Donc nous comptons bien participer aux Trophées CEG ! »